

# Research on the Presentation of the Media Image of Female Athletes in the New Era of Sports Event Reporting

Xuemei Tang

Chengdu University, Chengdu, Sichuan, 610106, China

## Abstract

Women's sports, as an important component of the national sports development, not only demonstrate the strength of women in competitive sports but also serve as a significant way for them to actively integrate into society and realize their self-worth. With the continuous innovation of media technology and the global dissemination of sports events, the influence of women's sports has significantly increased. They have broken through the passive construction of traditional media images with their outstanding competitive abilities, leading to a widespread recognition of their subject status. They are not only cross-border players promoting the integration of diverse cultures but also a transformative force driving progress in multiple social fields through continuous self-shaping and correction. This study focuses on the presentation of female athletes' media images in the sports arena, using research methods such as literature review and logical analysis. The findings reveal that their image presentation is influenced by multiple factors including social environment, values, and media. Based on this, the paper proposes to start from building multi-dimensional voices, purifying the media ecosystem, shaping healthy perceptions, and strengthening women's autonomous narratives to promote the construction of a true, three-dimensional, comprehensive, and contemporary female athlete media image, providing theoretical references and practical paths for sports communication practices and social cultural progress.

## Keywords

female athletes in the new era; Media image; Paris Olympics; Social gender;

# 体育赛事报道新时代女性运动员媒介形象呈现研究

唐雪梅

成都大学, 中国·四川成都 610106

## 摘要

女子体育作为国家体育事业发展的重要组成部分,不仅是女性在竞技体育领域实力的展现,更是其积极融入社会、实现自我价值的重要途径。随着媒介技术不断革新和体育赛事全球化传播,女性体育影响力显著提升,并以卓越的竞技能力突破传统媒介形象的被动建构,促使主体地位被广泛认同,不仅是促进多元文化融合的跨界者,更在持续自我塑造和纠偏中,成为推动社会多个领域进步的变革力量。本研究以体育赛场为报道领域,采用文献资料法、逻辑分析法等研究方法,聚焦于新时代女性运动员媒介形象的呈现,研究发现:其形象呈现受到社会环境、价值观念与传播媒介等多重因素影响。据此,本文提出从构建多维度语态、净化传播生态,塑造健康认知、强化女性自主叙事等方面入手,推动构建真实、立体、全面且具有富有时代精神的女性运动员媒介形象,为体育传播实践与社会文化进步提供理论参考与实践路径。

## 关键词

新时代女性运动员; 媒介形象; 巴黎奥运会; 社会性别

## 1 引言

从第1届现代奥林匹克运动会明确禁止女性参加奥运会运动项目<sup>[1]</sup>,到2022年,北京冬奥会被誉为“性别最均衡的一届冬奥会”<sup>[2]</sup>,标志着女性体育发展的重要转折,并一直延续至2024年巴黎奥运会,女性体育影响力持续攀升,实现了人类向男女平等社会横跨的重要一步,无论是在竞技层面,还是在体育价值观念传播上,对于当代女性以及

青年人认识体育、参与体育、热爱体育并享受体育都具有一定的感召力。而尽管在体育领域出现越来越多的女性身影,但在大多数仍是男性运动领域,女性在参与过程被边缘化。

媒介作为公众认知运动员的重要途径,其呈现的形象并非现实的简单映射,而是经过选择、加工和意义赋予的建构产物。而以往的媒体报道存在明显的失衡现象,对于男性与女性的叙事方式截然不同,对于男性则是强壮、有力量具有能动性的,而对于女性的形象则更容易被性感化、被轻视和被幼稚化,男性体育在主流媒体上成主导地位,导致女性在体育方面的宣传与影响不如男性体育的发展。女性运动员媒介形象的积极呈现,不仅能有效促进女性身心解放,还可

【作者简介】唐雪梅(2001-),女,中国四川巴中人,硕士,从事体育教学研究。

强化国家身份认同,对内增强国家凝聚力,对外提升国家形象<sup>[3]</sup>。鉴于此,本文旨在分析女性运动员在体育领域的突破与影响力,探讨影响其发展的因素,旨在为促进女性运动员媒介形象的健康发展提供参考。

## 2 新时代女性运动员媒介形象的多元呈现

### 2.1 从刻板印象到多元呈现

传统的媒体报道中关于女性运动员的报道深受性别规范、角色期待、审美偏好以及社会规训等制约,通常将女性运动员形象置于狭隘的框架中。以报道女子田径长跑运动员为例,即便他们拥有超凡的耐力和坚韧不拔的意志力,媒体仍倾向于使用“柔弱的身躯蕴含巨大能量”这类表述策略,实则暗含着对女性天生的柔弱预设,并强调与之相反的特质,却未将其视为与男性同等强大的竞技者。此外,媒体报道时将女性运动员贴上“美丽的风景线”“偶像网红”“美女运动员”等标签,将女性运动员形象简化为单一的审美符号,不仅弱化其竞技能力,更将他们置于被物化和消费的境地。

从传播学角度看,媒体具有认知与建构功能,长期采用此类报道模式,“白瘦美”就会形成一种固化审美倾向。然而,本次巴黎奥运会就是对女性力量的重塑,将女性运动的力量之美以具象化、多元化的方式呈现在公众视野,从表征上打破以往被桎梏的女性审美思维。例如,张雨霏在泳池中展现的力量与肌肉之美成为媒体焦点,而非她们的容貌是否符合“白瘦美”标准;中国举重运动员李雯雯在比赛中展现出强大力量输出和心理素质,被媒体视为“力量的象征”,而非“另类”或“非主流”。女性运动员通过展现健美的身材、健康的肤色和强健的体魄,呈现出自信、独立且富有成就的女性形象,媒体通过积极的建构,多元的报道视角、丰富的叙事手法和积极的评价导向,将女性运动员力量之美呈现得更加多元化、具象化。

### 2.2 社会性别角色的重构

社会对性别角色的认知呈现出显著的二元对立格局:男性被赋予“强大”“理性”“主导”等特质,而女性则被贴附“柔弱”“感性”“依附”等标签,这种刻板印象将女性限制在特定的框架之中,阻碍其潜能的挖掘与发展。以巴黎奥运会为例,作为全球性体育赛事,其组织架构与传播实践呈现出显著的性别平等意识革新,在制度设计层面,赛事通过实施男女参赛比例1:1均衡标准,打破传统体育赛事结构;在符号建构层面,赛事组织方致敬“杰出女性运动员”,将女性运动员的竞技成就从性别附属品升华为独立的价值客体;在叙事策略方面,创新性地将女子马拉松作为压轴环节,通过仪式化时空的安排赋予女性运动终极意义,都积极推动了社会性别角色的重构,突破了传统的性别观念的束缚,为性别角色的多元化呈现提供了契机。媒体“遵循性别平等”的原则,不再拘泥于传统社会思维的桎梏,通过

议题的精心设计、报道框架的科学建构以及语言使用的中性化,更加积极地展示她们在体育领域及其他社会领域的杰出表现,进一步打破公众对女性的固有认知,引导社会重新审视女性的角色和价值,推动社会性别观念的更新和进步。

## 3 新时代女性运动员媒介形象建构的影响因素

### 3.1 社会环境变化

社会环境的结构性变革为女性运动员的重塑提供制度支撑与文化土壤。例如在国内政策上,《体育强国建设纲要》(2019)<sup>[4]</sup>和《中国妇女发展纲要(2021—2030年)》<sup>[5]</sup>等,明确提出“推动妇女、儿童等重点人群参与体育竞技”,“消除体育领域的性别歧视”,通过立法保障女性体育权益,推动女性运动员从“边缘化”向“主体化”转型,以及在《全民健身计划(2021—2025年)》中,倡导全民健身性别平等,鼓励媒体正面宣传女性体育成就<sup>[6]</sup>,典型案例是女排媒介形象,被反复塑造为“民族脊梁”,而在新时代,对于张常宁、郑钦文、张雨霏等队员的报道,则进一步强化“女性力量”和“国家崛起”的绑定。

### 3.2 价值观念引导

全球性别平等意识的深化和女权主义思潮的崛起,成为重塑女性运动员媒介形象的核心驱动力,促使媒体不断反思报道策略,重新审视传统性别角色,不再囿于传统“柔美”的单一范式,进而推动媒介突破对女性运动员“柔弱化”“性感化”的刻板标签束缚,转向对其力量之美、智慧之质与领导之能的多元呈现。在该思潮下,媒体逐步从传统的以“男性”为主的叙事报道框架中脱离,体现对女性角色的尊重与高度认同。

运动员在竞技场上所展现的卓越能力,使得其从被审视的客体转变为彰显独立成就的主体,重构着女性身体的美学标准与意义承载,以及在多元价值观融合背景下,促使媒介更加关注女性运动员的多重身份,塑造出更为立体、去符号的媒介形象。

### 3.3 传播媒介因素

大众媒介对女性性别身份的建构主要体现在女性媒介形象的呈现及女性媒介中权利地位的呈现,而女性运动员的媒介形象呈现,并非简单的社会现实的映射,更是以社会角色期望对运动员身份建构,在某种程度上可视作整个世界人类文明在运动领域的具象化映射。在数字时代,媒介形态的变革(如短视频、社交媒体、vlog等新兴媒介形式的兴起)重塑了女运动员形象传播的路径与模式,通过新兴媒介的即时性、互动性和广泛覆盖性的特点,提供了更多多元化的叙事角度和表达方式,使得女性运动员的形象更加立体与丰富。而国家政策与制度发挥协同效应,共同推动女性运动员形象在公众视野中的塑造与传播。

从政策层面上看,不同国家和地区均出台了针对性的举措,我国《关于进一步加强体育文化建设的意见》明确倡

导以“健康、力量美”为核心的女性身体叙事范式，引导媒体突破传统性别刻板印象，全面展现多元性别角色；欧盟《性别平等战略》则创新性地将“体育报道中的性别平衡”纳入公共媒体监管指标体系，以制度化手段推动体育报道领域性别平等的实现<sup>[7]</sup>；国际奥委会《奥林匹克2020+5议程》更是将“数字参与”和“性别包容”确立为核心议题，积极推动社交媒体平台建立女性运动员内容优先推送机制<sup>[8]</sup>。

政策与媒介传播的协同效应，不仅强化体育领域性别平等的话语体系，更通过具象化榜样的传播，将国家层面的性别平等战略转化为广泛的社会文化认同，塑造兼具国际视野与中国特色的新时代女性运动员形象，成为推动体育文化发展与社会进步的重要力量。

## 4 体育赛事新时代女性运动员媒介形象的建构策略

### 4.1 持续引领，构建多维度语态

随着数字化发展与媒体技术的广泛应用，媒体作为话语的一种类型，在不同语境、不同圈层、不同层级的媒介间流动，不仅仅反映的社会现实，更重要的是以巨大的影响力和强有力的参与建构社会现实，对公众认知塑形<sup>[9]</sup>。赛事报道作为体育新闻的核心构成要素，需秉持多维视角，既要聚焦于赛场上展现的卓越竞技成就，又要深入挖掘运动员成长历程背后的故事。

在体育赛事报道中，一方面，要深度挖掘运动员成长轨迹中的“破镜瞬间”，以《闪闪发光的少年》为例，以不同的叙事策略传播着新一代的运动员，从“前台”聚焦到“后台”，从而深刻的让大家体会到在台上的“五分钟”的背后是台下的“十年功”；另一方面，运用多元化的报道语态，避免陷入同质化模式。例如，在巴黎奥运会期间，主流媒体通过多种创新手段开展赛事报道，其通过微博平台创设“闪耀巴黎奥运会的中国姑娘”超级话题，呈现多位中国女运动员的励志话语：如中国首枚小轮车自由式奥运金牌得主邓雅文所言“虽然怕，但相信自己”；重返奥运决赛场叶诗文表示“拼一枪算一枪，竞技体育需要接受不确定性”。这些话语传递出坚定的信念与必胜的决心，在社交媒体上引起广泛关注，累积阅读量达到12.8亿，创新性地采用人格化叙事策略，将个人实践叙事与宏观意识相结合，避免了单一的传播语态，有效增强了传播效果。

### 4.2 净化传播生态，塑造健康认知

从体育媒介维度审视下女运动员隐含视觉消费现象，本质上是整个媒介生态下女性媒介呈现问题的一个微观映射<sup>[10]</sup>。由于现代网络的门槛较低，部分网络媒体针对女性体育的报道呈现出潜在的商品化倾向，进而导致媒介报道出现“缺位”“错位”与“越位”三重困境：首先，缺位指的是女性体育赛事运动员报道数量不足，竞技成就被边缘化；其次，媒介错位指的是报道内容偏离体育本质；最后，越位指

的是逾越公共传播的社会责任边界，弱化其竞技成就、体育精神等核心价值的呈现。

女性体育的核心价值不仅是自我的实现与身心解放，更是确立独特的价值立场以及构建女性所特有的独立体育文化体系。媒介具有议程设置的功能，作为信息传播的重要载体，不仅是社会舆论场的重要参与者，更是向世界讲好中国故事的重要平台。因此，在多元化的体育文化传播生态中，媒介有责任对新时代女性运动员的媒介形象呈现进行积极、健康的解读，引导体育议题朝正确方向发展，塑造公众对女性体育的正确认知，避免陷入信息异化与谣言滋生的困境，从而推动女性体育的健康发展与体育文化的多元繁荣。

### 4.3 强化自主叙述，构建多元叙述视角

传统体育传播范式常将女性置于“被言说”的客体地位，其形象建构易受制于媒体单一叙事与公众刻板想象的双重桎梏，为突破这一结构性困境，需以强化自主叙述为内核，构建多维度、跨圈层的叙事生态，推动女性运动员从“沉默的符号”转变为“言说的主体”。媒体应搭建多元协作平台，邀请运动员参与报道策划与内容制作，以女性运动员叙述自身视角为主体，将视野延伸至后台，展现其训练、生活、心理等多方面的真实状态，打破公众固有印象，实现媒介形象的多元重构。同时，鼓励女性运动员通过社交媒体等渠道自主发声，分享个人经历与感悟，形成与粉丝及公众的互动，进一步提升其话语权和影响力。此外，构建跨圈层的叙事生态，意味着要将女性运动员的故事与不同领域、不同文化背景的人群相结合，通过跨界合作与文化交融等方式，拓宽女性运动员媒介形象的传播范围，增强其社会认知度和认同感。

## 5 结语

巴黎奥运会作为全球性别平等进程的重要里程碑，不仅彰显了女性运动员在竞技领域的卓越成就，更推动了媒介形象从传统刻板框架向多元立体的转型。研究表明，女性运动员正逐步从传统媒介塑造的“他者”身份形象中剥离，通过赛场内外竞技实力的展现、多重社会身份的诠释以及自主话语意识的觉醒，使女性运动员在媒介形象愈加丰富与立体，实现了女性角色的多元建构与价值升华，不仅是对“更快、更高、更强、更团结”奥林匹克精神的时代诠释，更是社会文明进步的重要标识。未来研究需进一步探讨如何优化媒介叙事策略，以实现社会价值与女性运动个体赋能的有机融合，从而推动体育领域，乃至社会各领域的性别平等发展。

### 参考文献

- [1] 熊艳芳.女性主义对奥运会女子体育项目发展的影响[J].体育文化导刊,2008,(05):71-74.
- [2] 王康锋,王玉.创造凝聚共识的对话空间:北京冬奥会中性别平等的宣传报道问题及改进建议[J].新闻爱好者,2022,(10):105-108.

- [3] 林晓彤.我国报刊东京奥运会体育特刊中女性运动员媒介形象分析[D].天津师范大学,2022. 中国政府网
- [4] 国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知\_体育\_中国政府网
- [5] 引领新时代中国妇女全面发展的纲领性文件——《中国妇女发展纲要（2021—2030年）》的亮点与特点 --理论-中国共产党新闻网
- [6] 国务院关于印发全民健身计划（2021—2025年）的通知\_体育\_中国政府网
- [7] 欧盟公布促进性别平等战略-国际在线
- [8] Olympic Agenda 2020+5
- [9] 纪燕,李馥丽.中国女性运动员媒介形象的架构分析[J].语文学刊,2024,44(02):81-90.
- [10] 王一星,肖周录.建构与赋能:新时代我国女运动员媒介形象呈现研究——以巴黎奥运会相关报道为例[J].传媒,2024,(23):70-72.